

Sirkku Petäjä

## **Nurmijärven kirjaston Facebook-sivu näkyväksi!**

Opinnäytetyö

Kevät 2018

SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Tradenomi (AMK) Kirjasto- ja tietopalveluala

Tekijä: Petäjä, Sirkku

Työn nimi: Nurmijärven kirjaston Facebook-sivu näkyväksi!

Ohjaaja: Haasio, Ari

Vuosi: 2018

Sivumäärä: 38

Liitteiden lukumäärä:3

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää voisiko Nurmijärven kirjasto käyttää Facebookia tehokkaammin kuin mitä se talvella 2016-2017 teki ja olisiko Facebookissa mahdollista lisätä vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa sekä kasvattaa seuraajamäärää.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin lomakkeilla suoritettavaa kyselyä kirjaston asiakkaille, myös sellaisille, jotka eivät sillä hetkellä käyttäneet tai seuranneet kirjastoa Facebookissa. Lomakekysely suoritettiin paperisena kirjastojen tiloissa sekä kirjaston ja kunnan verkkosivuilla ja lisäksi vielä linkkinä Facebookissa kirjaston omalla sivulla sekä mm. Nurmijärven Viidakkorumpusivulla.

Kyselyyn tuli yhteensä 89 vastausta, mikä ei aivan vastannut tavoitetta saada vähintään sata vastausta. Saaduista vastauksista voi kuitenkin päätellä, että Nurmijärven kirjasto on päivittänyt Facebook-sivujaan juuri sellaisilla asioilla, joita asiakkaat sieltä toivovat löytävänsä. Kirjaston onkin keskityttävä siihen, että tulevat päivitykset tehdään asiakkaita kiinnostavalla ja aktivoivalla tavalla. Kyselyn tulokset, varsinkin avoimet vastaukset, ovat tukena Nurmijärven kirjaston Facebookin päivittäjille tulevissa päivityksissä. Kyselyn avulla yhä useampi ihminen löytää tiensä kirjaston Facebook -sivulle.

Avainsanat: kirjastot, Facebook, Nurmijärven kunnankirjasto, sosiaalinen media, kyselytutkimus

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Library and Information Services

Author/s: Petäjä, Sirkku

Title of thesis: Facebook page of the Nurmijärvi Library and activation of its use

Supervisor: Haasio, Ari

Year: 2018

Number of pages: 38

Number of appendices:3

---

The purpose of this thesis was to find out if Nurmijärvi Library could use Facebook more effectively than it did in the winter 2016-2017 and whether it would be possible to increase interaction with customers in Facebook and increase the number of followers.

As a research method, questionnaires were used for the library's clients, including those who did not currently use or tracked the library on Facebook. The questionnaire was conducted as a paper in the libraries' premises and on the website of the library and the municipality, as well as a link on Facebook on the library's own page and, On the Nurmijärvi Visitation page.

There were a total of 89 responses to the survey, which did not exactly meet the goal of receiving at least 100 responses. However, it can be concluded from the answers that the Nurmijärvi Library has upgraded its Facebook pages just with those subjects the people are hoping to find. In the future, the library must concentrate on making the upcoming updates in an interesting and active way. The results of the survey, especially the open answers, will be helpful for upcoming updates on Facebook. The survey activates more and more people to find their way to the library's Facebook page.

Keywords: library, Facebook, Nurmijärvi City Library, social media, questionnaire survey

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ .....	4
Kuva- ja taulukkoluetelo .....	5
Käytetyt termit ja lyhenteet .....	6
1 JOHDANTO .....	7
1.1 Tutkimusongelma ja tavoitteet.....	7
1.2 Taustaa .....	8
2 SOSIAALINEN MEDIA JA FACEBOOK .....	10
2.1 Sosiaalinen media.....	10
2.2 Facebook ja sen käyttö kirjastossa .....	12
3 LAADULLINEN VAI MÄÄRÄLLINEN TUTKIMUS? .....	16
3.1 Kvantitatiivinen tutkimus.....	18
3.2 Tutkimustiedon tilastollinen käsittely .....	20
4 KYSELY TUTKIMUSMENETELMÄNÄ.....	22
5 KYSELY NURMIJÄRVEN KIRJASTON FACEBOOKIN KÄYTÖSTÄ .....	25
5.1 Taustaa .....	25
5.2 Tutkimusmenetelmä.....	25
6 KYSELYN TULOKSET.....	27
7 Pohdintaa.....	33
LÄHTEET .....	35
LIITTEET .....	38

## Kuva- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Nurmijärvi, kartta (Lähde: Nurmijärvi. Tietoa kunnasta) .....	8
Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma .....	27
Kuvio 2. ”Kuinka kiinnostavina pidät seuraavanlaisia päivityksiä kirjaston Facebook-sivulla?” .....	29
Kuvio 3. ”Jos vastasit että et kommentoi, niin kerrotko miksi?” .....	30
Taulukko 1. Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen metodologiset perusteet (Pyörälä 1995, 13). .....	16
Taulukko 2. Metodologia (Metsämuuronen 2001, 15).....	18

## Käytetyt termit ja lyhenteet

### **Facebook**

Facebook on verkon tunnetuin yhteisöpalvelu, jossa käyttäjät voivat ylläpitää ihmissuhteita, tavata uusia ihmisiä, keskustella ja tehdä testejä, pelata jne. Facebookissa on mahdollista keskustella kahdenkeskisesti toisen käyttäjän kanssa, kommentoida muiden tuottamaa sisältöä sekä esimerkiksi liittyä ryhmiin, joiden teemat vaihtelevat harrastuksista maailmankatsomukseen ja urheilusta työtehtäviin (Haasio 2013, 35).

### **Sosiaalinen media**

Tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (TEPA).

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää voisiko Nurmijärven kirjasto käyttää Facebookia tehokkaammin kuin mitä se talvella 2016-2017 teki. Lisäksi halusin selvittää, olisiko Facebookissa mahdollista lisätä vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa ja samalla kasvattaa seuraajamäärää.

Asiaa selvitin tutkimalla ensin sen hetkistä (1.11.2016-30.1.2017) tilannetta. Mitä ja millaista sisältöä kirjasto Facebookissa jakoi, kuinka usein. Selvitin myös, kuinka paljon kirjaston päivityksiin reagoidaan sillä hetkellä.

Vastauksia hain seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä Nurmijärven kirjasto päivittää Facebook-sivuilleen sekä kuinka paljon ja millä tavoin kirjaston päivityksiin reagoidaan?
- Lisäksi kyselyllä selvitin ovatko kirjaston asiakkaat itse Facebookissa ja jos ovat, seuraavatko kirjaston päivityksiä. Jos eivät seuraa, vaikka ovat Facebookissa, niin miksi eivät?
- Mitä asiakkaat, kirjaston Facebook-sivujen seuraajat ja ei-seuraajat, toivovat näkevänsä kirjaston Facebook-sivulla, millaisia kirjaston päivityksiä?
- Pitävätkö asiakkaat tärkeänä vuorovaikutusmahdollisuutta kirjaston kanssa?
- Kommentoivatko, tykkäävätkö tai jakavatko he kirjaston päivityksiä?
- Kuinka heidän mielestään vuorovaikutusta voisi lisätä?

Kyselyn tuloksista voidaan saada ideoita, kuinka Nurmijärven kirjaston Facebook-sivusta saataisiin informatiivinen, sisällöltään kiinnostava, helposti lähestyttävä ja ehkä visuaalisestikin miellyttävä. Tavoitteena on lisätä kirjaston näkyvyyttä Facebookissa sekä yleistä tunnettuutta ja saada kirjaston Facebook-sivut asiakkaiden aktiiviseen käyttöön, sivuksi, jota seurataan.

Omaan työhöni valitsin tutkimusmenetelmäksi lomakkeilla suoritettavan kyselyn kirjaston asiakkaille, myös sellaisille, jotka eivät tällä hetkellä käytä/ tai seuraa kirjastoa

Facebookissa. Lomakekysely suoritettiin kirjastojen tiloissa paperilomakkeella ja sen lisäksi kirjaston ja kunnan verkkosivuilla web-lomakkeena. Laitoin linkin kyselyyn myös Facebookiin kirjaston omalle sivulle sekä Nurmijärven Viidakorumpusivulle jossa kuntalaiset voivat keskenään keskustella heitä kiinnostavista kuntaan liittyvistä asioista.

## 1.2 Taustaa

Nurmijärvi on vireä kasvukunta, joka sijaitsee Uudellamaalla noin puolen tunnin ajomatkan päässä Helsingistä. Pinta-alaltaan Nurmijärvi on 367 km<sup>2</sup> josta maapinta-alaa 362 km<sup>2</sup>. Kolme neljäsosaa Nurmijärven asukkaista asuu taajamissa.



Kuva 1. Nurmijärven sijainti kartalla (Lähde: Nurmijärvi. Tietoa kunnasta).



Nurmijärven kunnan väkiluku on noin 42 000 asukasta ja on näin asukasluvultaan Suomen suurin maalaiskunta. Kaikista kunnista ja kaupungeista sijaluku on 25. Noin neljännes asukkaista on alle 15-vuotiaita (Nurmijärvi. Tietoa kunnasta [Viitattu 17.11.2017]).

Nurmijärvellä on kolme kirjastoa. Pääkirjasto sijaitsee kirkonkylässä ja lähikirjastot Klaukkalassa ja Rajamäellä. Niiden lisäksi kuntalaisia palvelee kirjastoauto Oiva (Nurmijärvi. Kirjasto- ja tietopalvelut [Viitattu 17.11.2017]).

Vuonna 2015 koko kirjaston lainaus oli 512 171 lainaa ja vuotuinen kävijämäärä 364 982 asiakasta. Fyysisiä kirjastokäyntejä/asukas Nurmijärvellä oli 8,78, koko maassa luku oli 9. Lainauksia/asukas Nurmijärvellä oli vuonna 17,86 lainaa, koko maassa luku oli 16,3. Nurmijärveläiset kävivät kirjastossa siis keskimäärin hieman harvemmin kuin koko maassa, mutta kerralla he lainasivat enemmän, kuin koko maan vertailussa (Suomen yleisten kirjastojen tilastot [Viitattu 17.1.2018]).

Nurmijärven kirjasto on Facebookin lisäksi mukana myös muissa sosiaalisissa medioissa. Instagramia päivitetään koko kirjaston osalta ja musiikkiosasto pitää omaa blogia jonka lisäksi siellä päivitetään musiikkiosaston uutiset Twitteriin.

Facebookiin kirjasto on liittynyt loppuvuodesta 2009 jolloin oli tarve mahdollisimman laajasti tiedottaa toisen sivukirjaston sulkemisesta remontin ajaksi. Nurmijärven kirjasto käyttää ainoastaan Facebookin maksuttomia ominaisuuksia eikä siis maksa esimerkiksi mainonnasta. Jokaisessa toimipisteessä on omat Facebookin päivityksistä huolehtivat työntekijät. Alusta pitäen kirjasto on pyrkinyt tarjoamaan monipuolisia päivityksiä muustakin kuin aukioloajoista ja tapahtumista, jotka tosin ovat suurimpana ryhmänä kirjaston päivityksissä.

## 2 SOSIAALINEN MEDIA JA FACEBOOK

### 2.1 Sosiaalinen media

Seppälä (2011, 18) tiivistää, että sosiaalinen media on yhdessä tehtyä verkossa tapahtuvaa viestintää, joka perustuu ihmisten perustarpeeseen olla yhteydessä toiseen ihmiseen. Sosiaalinen media on juttelua, suosittelua, juoruamista, tiedonhakua ja tiedonjakoa. Ihmiset luovat verkossa suhteita ja sitä kautta verkostoja heitä kiinnostavien asioiden ympärille. Seppälä jatkaa, että sosiaalinen media on moniulotteinen verkosto, jonka kautta kuulee, mistä puhutaan, ja jonka avulla pääsee mukaan sellaisiin keskusteluihin, joihin ei muuten välttämättä edes törmäisi. Seppälä toteaaakin vielä, että sosiaalinen media tarjoaa oivan kanavan kysyä mielipiteitä ja palautetta, ideoita sekä ajatuksia voidaan saada myös sellaisilta henkilöitä, joihin ei muuten saataisi kontaktia lainkaan.

Nurmijärven kunnan sosiaalisen median ohjeessa (2014, 2) määritellään sosiaalinen media seuraavasti:

Sosiaalinen media on tietoverkoissa tapahtuvaa sosiaalista toimintaa. Sillä tarkoitetaan verkkoviestintäjärjestelmiä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällöntuottaja sen lisäksi, että vastaanottaa tietoa. Viestintä tapahtuu siis monelta monelle.

Sosiaalisen median osaamisen voidaan sanoa kuuluvan jo yleissivistykseen, joka on tärkeää niin kansalaistaitona, oppimistaitona kuin työelämätaidonakin. Pönkä (2017, 5) muistuttaa, että sosiaalisen median taidot ovat avainasemassa huijausten, huhujen ja tarkoituksellisten "vaihtoehtoisten faktojen" sekä niitä levittävien valeprofiilien ja trollien tunnistamisessa.

Kaikki edellä sanottu puoltaa ajatusta siitä, että kirjastonkin on hyvä toimia mukana sosiaalisessa mediassa ja samaan kehottaa myös Haasio (2013, 15) sanoessaan, että kirjaston tulee toimia paitsi fyysisessä tilassa, myös virtuaalimaailmassa kulttuurin ja tiedon tasa-arvoisuuden edistämiseksi. Lisäksi sosiaalisen median kautta voidaan hoitaa tietopalvelua, vastata kysymyksiin ja ohjeistaa ihmisiä. Näin pysty-

tään vastaamaan asiakkaiden tiedollisiin tavoitteisiin. Sosiaalinen media on aktiivisten ihmisten ja organisaatioiden kohtaustapa. Siksi myös kirjaston tulee olla siellä aktiivinen, kiteyttää Haasio (2013, 17).

Vuosituhaten alussa sosiaalista mediaa Suomessa edustivat lähinnä blogit, keskustelufoorumit, IRC-galleria ja Habbo hotel (Pönkä 2017, 7). Maailmanlaajuisista somejäteistä ensimmäisenä Suomeen rantautui YouTube vuonna 2006 ja Facebook seurasi perässä seuraavana vuonna. Twitter yleistyi Suomessa vuosina 2008-2009 (Pönkä 2017, 7).

Uusia sosiaalisen median palveluja syntyy kuitenkin jatkuvasti ja vain harvat jäävät elämään. Sosiaalisen median palveluilla on myös ikärajat, muistuttaa Haasio (2016, 26). YouTubeen ikäraja on 16 vuotta, Instagramin ja Facebookin 13 vuotta. Alaikäiset lapset saavat käyttää palveluita huoltajan luvalla. Myös nuortenkin keskuudessa suosittu WhatsAppin ikäraja laskettiin 13 vuoteen elokuussa 2016 (Pönkä 2017, 259). Suomessa ei ole lakiin kirjattua alaikärajaa verkkopalvelujen käytölle, mutta sellainen voidaan kuitenkin asettaa palvelun sisällöstä johtuen, joten se on tarkistettava käyttöehdoista (Pönkä 2017, 228). Pönkä (2017, 231) kehottaa myös varautumaan ilmaisten sosiaalisen median käyttöehdoissa siihen, että ne saattavat antaa palveluntarjoajalle jonkinlaisen ansaintakeinon keräämällä tiedoilla. Esimerkiksi Facebook-tunnuksella kirjauduttaessa muihin palveluihin, voidaankin samalla antaa lupa Facebook-käyttäjätunnukseen liittyvien tietojen (julkiset profiilitiedot, sähköpostiosoite, kuvat...) siirtämiseen toiseen palveluun.

Mark Zuckerberg perusti Facebookin vuonna 2004 Dustin Moskovitzin ja Chris Hughesin kanssa (Haasio 2013, 35). Haasio jatkaa, että palvelun oli tarkoitus mahdollistaa kolmikon yhteydenpito omiin opiskelukavereihinsa, mutta muutamassa kuukaudessa palvelu oli levinnyt useampaan amerikkalaiseen yliopistoon ja ensimmäisen toimintavuotensa lopussa Facebookilla oli jo liki miljoona käyttäjää. Aluksi Facebook oli suljettu palvelu mutta muuttui avoimeksi vuonna 2006 jolloin siitä ilmestyi myös ensimmäinen suomenkielinen versio. Kormilainen, Ahonen ja Ijäs (2016, 69) kirjoittavat, että nykyisin Facebookia käyttää liki 700 miljoonaa henkeä eri puolilla maailmaa ja suomalaisiakin käyttäjiä on noin 2,4 miljoonaa. Kormilainen ym. mainitsevat, että Taloustutkimuksen Ylälle teettämän tutkimuksen mukaan joulukuussa 2014 Facebookia käytti 90 prosenttia alle 25-vuotiaista, 82 prosenttia 24-

34 -vuotiaista, 63 prosenttia 35-49 -vuotiaista ja 38 prosenttia 50-64 -vuotiaista suomalaisista. Kirjoittajat jatkavat, että nykyisin palvelun suosio kasvaa voimakkaimmin juuri vanhimmissa ikäryhmissä, mutta eivät nuoretkaan ole heidän mukaansa Facebookia unohtaneet. Tuon tutkimuksen mukaan siis kirjastojenkin olisi suhteellisen helppo tavoittaa laajasti ja ikäryhmittäin kattavasti asiakkaitaan Facebookin kautta, mikäli onnistuvat saamaan heistä itselleen seuraajia ja tykkääjiä.

Facebookista on nopeasti muodostunut keskeinen viestinnän väline, kirjoittaa Haasio (2013, 36). Sen avulla moni seuraa itselleen tärkeiden toimijoiden viimeisiä uutisia ja jopa maailmantapahtumia. Facebookin omilla sivuilla kerrotaan sen tehtävistä näin:

"Vuonna 2004 perustetun Facebookin tehtävänä on antaa ihmisille valta jakaa asioita ja tehdä maailmasta avoimempi ja yhdistetympi. Ihmiset käyttävät Facebookia ollakseen yhteydessä ystäviin ja perheeseen, selvittääkseen, mitä maailmassa tapahtuu ja jakaakseen sekä ilmaistakseen sen, mikä heille on tärkeää " <sup>1</sup> (Facebook [Viitattu 16.4.2017]).

## 2.2 Facebook ja sen käyttö kirjastossa

Yli 206 miljoonan seuraajansa vuoksi Facebook tarjoaa kirjastoillekin hyvän paikan toimia, markkinoida ja viestiä (Facebook [Viitattu 16.4.2017]). Facebook sopii hyvin myös kirjaston tiedotuskanavaksi. Se tavoittaa nimenomaan ne kirjaston asiakkaat, jotka ovat kiinnostuneita siitä, mitä kirjastossa tapahtuu ja haluavat aktiivisesti pysyä ajan tasalla kirjastoa koskevista uutisista (Haasio 2013, 36).

Markkinointia sosiaalisessa mediassa seuraava Zephoria (2017) on listannut huhtikuussa 2017 (*Updated April 3, 2017*) 20 knoppitietoa Facebookin tilastoista ja avan-  
nut lukujen merkitystä yrityksille. Ensimmäisenä on tieto Facebookin käyttäjämää-  
ristä johon vedoten kirjasto ei todellakaan voi sivuuttaa Facebookia markkinoinnin  
välineenä:

---

<sup>1</sup> Käännös tekijän

Maailmanlaajuisesti Facebookilla on yli 1,86 miljardia kuukausittaista aktiivista käyttäjää, mikä on 17 prosenttia enemmän kuin vuosi sitten. (Lähde: Facebook alkaen 02/01/2017). Käytännössä se tarkoittaa sitä, että tilastollisesti Facebook on liian suuri, jotta sen voisi jättää huomiotta.<sup>2</sup>

Myös Zephorian (2017) sivuilta löytyvä tieto Facebookin käyttäjien ikäjakaumasta kiinnostaa kirjastojakin. Facebookin käyttäjistä 29,7% on 25-34 vuotiaita. Useiden yritysten markkinointi on suunnattu juuri tälle ikäryhmälle, joten kirjastoillakin on mahdollisuus hyödyntää tätä kohderyhmää Facebookissa.

Zephoria (2017) on tutkinut, että vilkkainta Facebookin käyttö on keskellä viikkoa iltapäivällä yhden ja kolmen välillä. Toisaalta ilta seitsemältä tehty Facebook-päivitys kerää enemmän klikkauksia kuin ilta kahdeksalta tehty. Kirjasto hyötyy tästä tiedosta siinä mielessä, että sivuilla on mahdollisesti enemmän käyntejä ja kirjasto tavoittaa useampia ihmisiä keskipäivällä mutta saattaa saada sitoutuneempia kävijöitä ilta-aikoina. Lisäksi torstaisin ja perjantaisin sitoutuminen on 18% korkeampaa. Tämäkin tilastotieto voi olla tärkeä tekijä, kun kirjasto suunnittelee sosiaalisen viestintänsä aikataulua. Sivusto muistuttaa myös siitä, että Facebookilla on maailmanlaajuinen yleisö, joten eri aikavyöhykkeitäkin voi halutessaan hyödyntää tärkeimpien markkinointien suhteen.

Zephoria-sivustolta (2017) löytyy vielä mielenkiintoisia vertailuja käyttäjäluvuista eri sosiaalisissa medioissa, kuten että 1,86 miljardilla käyttäjämäärällään Facebookilla on kuukausittain enemmän aktiivisempia käyttäjiä kuin WhatsAppilla (500 miljoonaa), Twitterillä (284 miljoonaa) ja Instagramilla (600 miljoonaa) yhteensä. Facebookin suosio jatkaa hallitsevana verrattuna muihin sosiaalisen median kanaviin mutta kilpailu on lisääntymässä.

Kirjastohan on perinteinen yleishyödyllinen organisaatio jonka markkinointiviestintän tulisi perustua ennen muuta asiakaslähtöisyyteen ja näin edistää käyttäjien ja kirjastojen välistä vuorovaikutusta ja juuri tähän internet tarjoaa hyvät mahdollisuudet (Haasio 2012, 182).

Facebook-sivujen perustaminen ja pelkkä verkossa olo eivät kuitenkaan riitä, sivuille pitää saada myös kävijävirtaa ja seuraajia. Haasion (2013, 37) mukaan tällä

---

<sup>2</sup> Käännös tekijän

hetkellä suurin osa kirjastoista ei kuitenkaan vielä hyödynnä Facebookia tehokkaasti vaan ovat tyytyneet yksisuuntaiseen tiedottamiseen ja markkinointiin jossa ei juuri ole vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa. Haasio jakaa kirjastojen Facebook-strategian kolmeen vaiheeseen joista seuraava olisi interaktiivinen vaihe jossa kirjasto ja asiakkaat kommunikoivat keskenään ja viimeisenä ja tavoiteltavana vaiheena olisi yhteisöllinen vaihe jossa kirjaston ja asiakkaiden vuorovaikutuksesta syntyy uutta tietoa. Asiakkaat esimerkiksi voivat jakaa omia vinkkejään ja kuviaan.

Facebook on sisältömedia ja yhä visuaalisempi väline: puhtaat tekstipäivitykset vähenevät, kuvat ja erityisesti videot lisääntyvät, kirjoittavat Kormilainen ym. (2016, 80) ja jatkavat, että kannattaa mennä myös kulissien taakse, johonkin kiinnostavaan, johon asiakkaat eivät tavallisesti pääse. Kirjastojen päivityksistä asiakkaita tuntuu kiinnostavan eniten juuri ”takahuone”-päivitykset joissa esitellään kirjaston henkilökuntaa tai heidän tekemäänsä ”näkömätöntä” työtä. Samasta asiasta kirjoittavat myös Pohjanoksa, Kuokkanen ja Raaska (2007, 195) mainitsemalla, että henkilökunnan työskentelyä esittelevät Facebook-päivitykset ovat omiaan edistämään positiivista mielikuvaa kirjastosta ja samalla lisäävät tietoisuutta kirjaston asiakkaille kirjasto näkymättömästä puolesta. Tällaiset päivitykset voi nähdä myös keinona tuoda käyttäjiä lähemmäksi kirjastoa. Myös Facebook itse tarjoaa seurantatyökaluja, joilla yritys (tai kirjasto) voi tarkkailla sivustolla vierailevien asiakkaiden mieltymyksiä. Eräs strategia rankkauksen parantamiseksi on käyttää monenlaisia syötteitä kuten tekstiä, kuvia, videoita ja linkityksiä (Kananen 2014b, 46).

Kuvilla saadaan siis päivityksistä kiinnostavia. Haasio (2012, 186) listaa muitakin asioita, joilla päivitysten kiinnostavuutta saadaan lisättyä. Vaikka aukioloaikojen muutokset ja kirjastojen tapahtumat ovat tärkeää tietoa, niin niiden lisäksi voisi päivityksistä löytyä mm. kirjaston arkiasiaa eli lukuvinkkejä tai levysuosituksia. Haasio mainitsee myös linkit kirjailijoiden kotisivuille ja arvosteluihin tapana lisätä Facebook-profiilin mielenkiintoa.

Zephoria-sivusto joka seuraa markkinointia sosiaalisessa mediassa, antaa hyviä vinkkejä kirjastolle minä viikonpäivinä ja kellonaikoina kannattaa Facebook-päivityksiä tehdä saavuttaakseen mahdollisimman suuren yleisön päivityksilleen. Mutta lisäksi kannattaa pitää kirjaston sosiaalisen median osoitteet esillä mahdollisimman monessa paikassa: verkkosivuilla, julisteissa ja paperisissa mainoksissa, esitteissä,

jaettavissa aukiolo ym. esitteissä, ilmoitustauluilla, jaettavissa kirjanmerkeissä ja sähköpostin allekirjoituksissa. Nurmijärven kirjasto on lisännyt maininnan Facebookista jopa eräpäiväkuittiin, joka tulostuu asiakkaalle.

Mitä hyötyä kirjastolle on olla mukana esimerkiksi Facebookissa? Haasio listaa useitakin hyötyjä kuten asiakastyytyväisyyden kasvattamisen. Sosiaalisen median avulla asiakkaat saavat enemmän informaatiota ja silloin heidän tyytyväisyytensä kirjaston palveluun voidaan myös otaksua lisääntyvän. Haasio myös kehottaa kirjastoja seuraamaan ja analysoimaan, kuinka asiakkaat reagoivat kirjaston päivityksiin, jotta kirjastot voisivat entistä paremmin hyödyntää sosiaalisen median kanavia. Facebookin käytön hyödyllisyyttä kirjastolle voidaan mitata esimerkiksi seuraavilla muuttujilla: Facebook-tykkääjien määrä; seuraajien määrä ja määrän kasvu; sivulla käyntien määrä tietyinä ajanjaksona; kirjaston tilapäivitysten jako; arvostelut; kommentit ja kommenttien määrä; klikkaukset (Haasio 2013, 118).

### 3 LAADULLINEN VAI MÄÄRÄLLINEN TUTKIMUS?

Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen suhdetta on perinteisesti kuvattu vastakkainasettelun kautta tai laadullista tutkimusta on kuvattu kritiikkinä määrälliselle tutkimukselle. Kananen (2014a, 142) kuitenkin toteaa, että näin ei välttämättä tarvitse olla vaan molemmilla tutkimusotteilla on paikkansa teoriamaailmassa. Lähtökohdiana tutkimusotteen valinnassa pitäisi Kananen mukaan aina olla tutkimusongelma, josta johdetaan ongelmaan parhaiten soveltuma lähestymistapa. Lisäksi Kananen jatkaa, että eri otteet tulisi nähdä toisiaan täydentävinä kilpailuasetelman asemasta. Kvantitatiivinen tutkimus tuo tutkimukseen laajuutta ja kvalitatiivinen syvyyttä.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tehdään tutkimustuloksiin johtavat keskeiset valinnat ennen aineiston keruuta. Se, mitä ja miten tutkittavilta tutkimuslomakkeessa kysytään, lyö lukkoon sen, millaisia tutkimustuloksia tutkimuksesta voidaan saada. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa empiirinen aineisto on aina yllättävä, ja tutkijan eteneminen empiirisestä aineistosta tutkimustuloksiin on usein työläämpää ja draamatisempaa kuin tilastollisessa tutkimuksessa (Pyörälä 1995, 17).

Eeva Pyörälä (Pyörälä 1995, 13) on luonut alla olevan taulukon selventämään kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen metodologisia perusteita.

*Taulukko 1. Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen metodologiset perusteet (Pyörälä 1995, 13).*

	<b>Kvantitatiivinen tutkimus</b>	<b>Kvalitatiivinen tutkimus</b>
<b>Tiedonintressi</b>	selittävä	ymmärtävä
<b>Suhde teoriaan</b>	teorianeutraali	teoriariippuvainen
<b>Aineisto</b>	"otos" yhteiskunnasta	"siivu" yhteiskunnasta
<b>Validiteetti</b>	perustuu otannan edustavuuteen; mittauksen kyky mitata sitä, mitä halutaan tutkia	perustuu teoriaan; aineiston tulkinnan kyky tulkita sitä, mitä halutaan tutkia
<b>Reliabiliteetti</b>	mittauksen ei-sattumanvaraisuus, mittausvirheen arviointi	aineiston analyysin arvioitavuus ja uskottavuus
<b>Tutkimustulokset</b>	tilastolliset korrelaatiot kausaaliset selitykset	tulkinnat, tiheät kuvaukset



Reijo Kurkela (Kurkela 2007, [Viitattu 9.3.2017]) kuvaa tutkimusten eroja näin: Kvantitatiivisessa tutkimuksessa oleellisin asia, joka kyllä usein jää käytännön tasolla ratkaisematta, on aineiston totuudellisuuden vaatimus. Kurkela jatkaa, että ”Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston totuudellisuudella ei ole merkitystä, koska tutkimus ja analyysi kohdistuvat juuri käsillä olevaan aineistoon. Aineisto on mitä on.”

Reijo Kurkelan (2007) verkko-oppimateriaalisivustolla tutkimustapojen eroja tarkennetaan lisäksi vielä näin:

**Kvantitatiivisessa tutkimuksessa** objektiivisuus katsotaan saavutettavan sillä, että tutkija nimenomaan pysyy erillään haastateltavasta kohteesta eikä ryhdy kysymyksen ulkopuoliseen vuorovaikutukseen lainkaan. Tutkimuskohdetta katsotaan ikään kuin puolueettoman ulkopuolisen silmin. Esitettävät kysymykset, mittarit on perusteltu teoriasta käsin.

**Laadullisessa tutkimuksessa** objektiivisuus lähtee siitä, että tutkija ei sekoita omia uskomuksiaan, asenteitaan ja arvostuksiaan tutkimuskohteeseen. Sen sijaan tutkija nimenomaan yrittää ymmärtää haastateltavan henkilön näkökulmia ja ilmaisuja. Tutkija pyrkii vuorovaikutukseen kohteensa kanssa. Tulkintavaiheessa saatua aineistoa pyritään järjestämään ja ymmärtämään. Teoria on silloin aineiston lukemisen, tulkinnan ja ajattelun lähtökohtana.

Metsämuuronen (2001, 15) vertailee laadullista ja määrällistä tutkimusta laadulliselle tutkimustraditiolle oleellisten tutkimusmetodien kannalta seuraavasti:

*Taulukko 2. Metodologia (Metsämuuronen 2001, 15).*

<b>Metodologia</b>		
<b>Metodi</b>	Kvantitatiivinen tutkimus	Kvalitatiivinen tutkimus
<b>havainnoiminen</b>	Alustavaa työtä esimerkiksi varsinaista lomaketta varten	Perustava menetelmä toisen kulttuurin ymmärtämisessä
<b>tekstianalyysi</b>	Kvantitatiivinen sisällön analyysi; tutkijan asettamien kategorioiden laskeminen	Kulttuurin jäsenten käyttäminen kategorioiden ymmärtämiseen
<b>haastattelu</b>	”Survey-tutkimus”; Strukturoitujen valintakysymysten esittäminen satunnaisesti valitulle otokselle	”Avoimien kysymysten” esittäminen valituille yksilölle tai ryhmille
<b>litterointi</b>	Harvoin käytössä; esim. tarkistettaessa haastatteluaänityksen paikkansapitävyys	Käytetään sen ymmärtämiseen, kuinka tutkittavat organisoivat puheensa

Koska tutkimusotteet eroavat toisistaan melko huomattavasti, kehottaa Metsämuuronen (2001, 64) valitsemaan jommankumman otteista pääasialliseksi tutkimusotteeksi koska näin tehden voidaan kvantitatiivisen tutkimuksen analyysia maustaa laadullisilla tapaustutkimuksilla. Samoin laadulliseen tutkimukseen on mahdollista liittää pienimuotoinen kvantitatiivinen mittausta jostain kiinnostavasta seikasta, joka taas toimii laadullisen raportin mausteena ja havainnollistuksena.

### 3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tutkimusotteiden paremmuudesta ja tieteellisyydestä käydään jatkuvaa sanasotaa, kirjoittaa Kananen (2014b, 74) ja jatkaa, että määrällinen tutkimus katsotaan usein soveltavaksi tutkimukseksi, koska se hyödyntää ja perustuu olemassa oleviin teorioihin, jotka pohjautuvat laadulliseen tutkimukseen, ja hyödyntää niitä. Käytännön työelämän ja varsinkin liike-elämän kannalta kvantitatiivinen tutkimus on hyödyn

kannalta tärkeysjärjestyksessä ensimmäinen, sillä liike-elämä tarvitsee eksaktia ja objektiivista tietoa (Kananen 2014b, 74).

Kvantitatiiviset eli numeeriset tai määrälliset muuttujat mittaavat yleensä sellaisia asioita kuin suuruutta, määrää ja järjestystä, mittaustulos on aina jokin numeroarvo ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin. Kvantitatiivista tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen (Heikkilä 2014, 16). Heikkilä jatkaa, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa usein selvitetään myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Saatuja tuloksia pyritään yleistämään tutkittuja havaintoyksiköitä laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä (Heikkilä 2014, 16).

Määrällinen tutkimus verkossa voi kohdistua verkkoilmiöiden tutkimiseen, tai verkkoa voidaan käyttää fyysisen maailman ilmiöiden tutkimiseen. Verkkotutkimusta voidaan tehdä määrällisenä tutkimuksena, jolloin tutkimuksen kohteena ovat verkkovierailijat, heidän määränsä, toimenpiteet verkkosivuilla, tulo- ja poistumisosoitteet (ip-osoite), vierailijoiden profiilit ja mielipiteet. Tutkimuksen tekee määrälliseksi se, että tutkimuksen kohteena ovat määrät eli luvut ja niillä tehtävät tilastolliset operaatiot (Kananen 2014b, 163). Kananen kirjoittaa vielä, että verkko on tutkimusmedia erittäin kustannustehokas ja nopea vaihtoehto, jossa tiedonkeruun eri vaiheet voidaan integroida. Ongelmaksi muodostuu verkossa toimivien edustavuus eli vastaako verkkomaailmassa tavoitettavat henkilöt myös fyysisen maailman kohderyhmää, sillä kaikilla ei ole internet-yhteyksiä. Verkkomaailman ilmiöiden tutkimisessa edustavuus ei ole ongelma. Haasteeksi muodostuu verkkomaailman ilmiön kannalta oleellisten ihmisten tavoitettavuus (Kananen, 2014b, 164).

### 3.2 Tutkimustiedon tilastollinen käsittely

Tilastollisen käsittelyn peruselementit käsittelevät frekvenssejä (havaintojen, tapahtumien yms. lukumääriä), muuttujia ja niiden määräytymistä, otoksen määräytymistä, asteikkojen määrittelyä, jakautumien muodostumista, tilastollisia keskilukuja sekä hajontalukua, jonka avulla määritellään mm. jakaumien merkittävyyttä perusjoukkoon nähden (Ylemmän amk. 2007).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen ja toisaalta sen käsittely ja analysointi ovat erillisiä vaiheita (Heikkilä 2014, 121). Heikkilä jatkaa, että perinteisen tavan mukaan tiedot kerätään aluksi paperilomakkeille, joista ne syötetään tietokoneelle aineiston käsittelyä varten. Puhelinhaastattelussa vastaukset kirjoitetaan usein suoraan tietokoneelle. Internetkyselyiden vastaukset tallentuvat suoraan datatiedostoksi, joka voidaan lukea myös tilasto-ohjelmaan.

Nummenmaa (2014, 13) kirjoittaa, että tilastotiede tarjoaa tutkimuksessa kerätyn tiedon käsittelyyn karkeasti jaoteltuna kolmenlaisia menetelmiä:

1. tietoa tiivistäviä ja kuvailevia menetelmiä. tavoitteena on kuvailla suuren lukujoukon ominaisuuksia huomattavasti pienemmällä määrällä lukuja.
2. ilmiöitä koskevia päätelmiä tehtäessä käytettäviä menetelmiä jossa tilastollisten menetelmien avulla on mahdollista päätellä, kuinka todennäköisesti esim. tutkituilla henkilöillä esiintynyt ilmiö toistuu kaikilla kiinnostuksen kohteena olevilla henkilöillä.
3. ilmiöitä matemaattisesti mallintavia menetelmiä jolloin havaintojen perusteella pyritään luomaan matemaattinen malli, jonka avulla tapahtumien kulkua pyritään selittämään ja ennustamaan.

Kun aineisto on kerätty ja tallennettu, alkaa sen käsittely. Syötetyt tiedot tulee käsitellä niin, että tutkimuskysymyksiin saadaan vastaus ja tutkimusongelma tulee ratkaistua. Tutkimusongelma ja siihen liittyvän teorian pohjalta rakennettu viitekehys ohjaavat tutkimuksen empiiristä työtä. Viitekehys yhdistää teoreettisen ja empiirisen osan ehjäksi kokonaisuudeksi (Heikkilä 2014, 138).

Virtuaaliammattikorkeakoulun sivulla (Ylemmän amk. 2007) kerrotaan, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa esiintyy erilaisia muuttujia. Empiiriseen todellisuuteen kohdistuvassa tutkimuksessa muuttujien luonne voi olla hyvin moninainen ja laadultaan ne voivat olla joko määrällisiä tai laadullisia. Muuttujat ryhmitellään muuttujakategorioihin: a). Riippumattomat eli selittävät muuttujat eivät ole riippuvaisia tutkittavasta ilmiöstä, vaan sen sijaan ne aiheuttavat muutoksia ja vaikuttavat tuloksiin. b). Riippuvat eli selitettävät muuttujat ovat riippuvaisia tutkittavasta ilmiöstä ja sen muista muuttujista. c). Taustamuuttujat voidaan esimerkiksi luokitella, ryhmitellä, varioida, kontrolloida, satunnaistaa jne. kuten esim. ikä, sukupuoli, koulutustaso, älykkyytaso, henkilöiden sosioekonominen asema yms. henkilötason tekijät. d). Väliin tulevat muuttujat ovat yleensä vaikeita mitattavia tai havainnoitavia, mutta jotka vaikuttavat ilmiöön.

## 4 KYSELY TUTKIMUSMENETELMÄNÄ

Kysely tutkimusmenetelmänä voidaan toteuttaa eri muodoissa ja eri tavoin:

- a. lomakkeilla, joita jaetaan kirjastossa tai sen ulkopuolella
- b. lomakkeilla, jotka lähetetään postitse kaikille rekisteröityneille tai potentiaalisille käyttäjille tai otokselle heistä
- c. puhelinkyselyllä otokselle rekisteröityneet tai potentiaalisia käyttäjiä
- d. verkkokyselynä, joka lähetetään sähköpostilla kaikille rekisteröityneille (tai potentiaalisille) käyttäjille tai otokselle heistä
- e. verkkokyselynä, joka on kirjaston verkkosivuilla, usein tiettyjen palvelujen yhteydessä (SFS-ISO,34)

Erkki Pahkinen (2012, 215) kirjoittaa kirjassaan e-lomakkeista, että ne ovat hyvin monipuolisia ja taipuisia työvälineitä. E-lomakkeeseen voidaan sisällyttää kuvaruudulta luettavan kysymystekstin lisäksi myös ääni- ja videoaineistoja. Täten sen oma ohjausrakenne taustoittaa merkittävästi tiedonkeruutapahtumaa. Tavoitteena on tietenkin helpottaa vastausten antamista ja välttää turhien kysymysten esittämistä. Kysymykset on tehtävä huolella, sillä ne ovat perusta tutkimuksen onnistumiselle. Yksi keskeisimmistä huomioitavista seikoista on se, kuka tai ketkä kyselylomakkeeseen vastaavat, millainen on heidän lukutaitonsa (vrt. pikkulapset), aikataulunsa ja niin edelleen. Kysymysten muoto aiheuttaakin eniten virheitä tutkimustuloksiin. Kun vastaaja ei ajattele samalla tavalla kuin tutkija tarkoittaa, tulokset vääristyvät. Kyselylomakkeen rakenteen logiikka on mietittävä koehenkilöiden lähtökohdista käsin (Valli 2001, 28). Valli jatkaa, että kysymyksiä tulisi lähteä rakentamaan tutkimuksen tavoitteiden tai tutkimusongelmien mukaisesti. Aineistonkeruuseen ryhdytään vasta, kun tutkimusongelmat ovat täsmentyneet, sillä silloin tiedetään, mitä aineiston keruulla pyritään löytämään ja samalla vältetään turhilta kysymyksiltä ja mikä tärkeintä, muistetaan kysyä kaikki olennainen (Valli 2001, 29).

Kyselyn muotoon ja sisältöön on syytä kiinnittää huomiota, mikäli toivotaan korkeata vastausprosenttia. Vastaajan mielenkiinnon on säilyttävä lomakkeen alusta loppuun asti. Kyselyn olisikin oltava lyhyt ja rakenteeltaan sellainen, että siitä saa nopeasti

yleiskäsityksen. Kysymysten olisi oltava lyhyitä ja selkeästi jaoteltuja sekä edettävä loogisesti.

Kyselylomaketutkimuksen hyväksi puoliksi Valli esittää mm. sen, ettei tutkija olemuksellaan tai läsnäolollaan vaikuta vastauksiin toisin kuin esimerkiksi haastattelussa saattaa käydä. Kyselylomakkeessa on myös mahdollisuus esittää runsaasti kysymyksiä, etenkin jos lomakkeeseen on laadittu valmiit vastausvaihtoehdot. Lisäksi yksi tutkimustulosten luotettavuutta parantava tekijä on se, että kysymys esitetään jokaiselle täysin samassa muodossa, siinä ei ole vivahteita sanamuodoissa tai äänenpainossa (Valli 2001, 31).

Haittapuoliksi Valli (2001, 32) mainitsee sen, että vaikka aineiston kerääminen on nopeaa, uusintakyselyjen tekeminen lisää sekä vastausaikaa, että työtä ja kustannuksia. Haittapuolena voi nähdä myös sen, ettei vastaaja välttämättä halua vastata kysymysjärjestyksessä mikä saattaa vaikuttaa hänen vastauksiinsa. Myös väärinymmärtämisen mahdollisuus on ongelma tai vastaaja vastaa väärin esim. valitsemalla kolme vaihtoehtoa yhden sijaan.

Kysymystyyppeinä lomakekyselyssä voivat olla strukturoidut kysymykset tai avoimet kysymykset. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa strukturoituja kysymyksiä esitetään haastattelussa satunnaisesti valitulle otokselle, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelut ovat enemmän tai vähemmän avointen kysymysten esittämistä valituille yksilöille tai ryhmille (Metsämuuronen 2001, 15).

**Strukturoitu kysely** muodostuu kysymyksistä, jotka on varustettu vastausvaihtoehtoilla. Kyselyssä tiedetään, mitä kysytään ja mitkä ovat oletettuja vastausvaihtoehtoja. Yleensä kysely kohdistuu fakta-asioihin, mutta sitä voidaan käyttää myös mielipiteiden keräämiseen. Laadullisessa aineistossa strukturoituja kysymyksiä voidaan käyttää ilmiön taustoitukseen ja ymmärtämiseen. Esimerkiksi vastaajan iällä, sukupuolella, koulutuksella, ammatilla ja asemalla voi olla merkitystä vastaajan suhtautumiseen ja käyttäytymiseen kohdeilmiössä. Faktatiedot voivat auttaa erojen ymmärtämisessä. Kyselyn tuloksena saatuja tietoja voidaan käyttää laadullisessa tutkimuksessa vertailuun ja kuvaukseen (Kananen 2014a, 75).

Strukturoituja kysymyksiä käytettäessä kysymyksiin vastaaminen on helppoa ja vastausten vertailu on mielekästä ja kohtuullisen helppoa. Suurtenkin aineistojen käsittely ja analysointi ovat mahdollisia esim. tietokoneen analyysiohjelmalla (Hotulainen).

**Avoimet kysymykset** tuottavat enemmän ja laajempaa tietoa ja ymmärrystä kuin suljetut kysymykset. Vastaaja voi ilmaista asian omin sanoin ja tietoa saadaan pinta- syvemmältä. Avointen kysymysten käyttö voi olla tarkoituksen mukaista, kun vastausvaihtoehtoja ei tunneta tai kun halutaan tietää, miten vastaajat asian hahmottavat. Ongelmana avoimien kysymysten käytössä on niiden työläs käsittely ja ne vievät paljon aikaa varsinkin, jos aineisto on suuri. Avoimia kysymyksiä voidaan käyttää myös tarkentamaan strukturoitujen kysymysten vastauksia, eli auttaa strukturoitujen kysymysten vastausten tulkinnessa (Hotulainen).

Avoimet kysymykset voivat olla täysin avoimia tai suunnattuja/rajattuja kysymyksiä. Avoimen kysymyksen tarkoitus määrää kysymyksen rajauksen asteen. Huonosti rajattu kysymys voi tuottaa vastauksia, joista ei ole tutkimusongelman kannalta mitään hyötyä. Täysin rajaamattomia kysymyksiä voidaan käyttää esim. ideoiden tai ajatusten tuottamiseen (Kananen 2014c,152).



## 5 KYSELY NURMIJÄRVEN KIRJASTON FACEBOOKIN KÄYTÖSTÄ

### 5.1 Taustaa

Marraskuun alusta 2016 tammikuun loppuun 2017 kirjasto päivitti Facebook-sivujaan yhteensä 93 kertaa. Näistä tapahtumailmoituksia oli 49 kpl. Linkkejä muille sivustoille tai sivujen jakamisia päivitettiin 17 kertaa, uutuuskirjoja ja elokuvia mainostettiin vain kolmen päivityksen verran ja erilaisia kirjaston tiedotteita aukioloista ja maksuista oli kolmen kuukauden aikana kaksi kertaa. Sekalaisia päivityksiä, kuten kansikuvia tai videopätkiä tehtiin 27 kappaletta. Keskiarvona laskettuna jokainen julkaisu sai 17 ”klikkausta”, eniten klikkauksia ja jakoja saivat tapahtuma-ilmoitukset.

Facebookin antamista kävijätiedoista selviää, että keväällä 2017 kirjastolla oli reilu tuhat seuraajaa ja että suurin ikäryhmä kirjaston päivitysten seuraajissa oli 35-54 -vuotiaat (yhteensä 44% ”faneista”), ja heistäkin valtaosa naisia, 75%. Kirjaston päivitysten kommentoijista 27% on 35-44 -vuotiaita naisia. Vilkkainta aikaa kirjaston Facebook-sivulla oli perjantaisin klo 16-17 välillä.

### 5.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa käytetään termejä validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkitaan oikeita asioita eli sitä, mitä pitääkin tutkia. Yksinkertaisimmillaan voidaan puhua ulkoisesta ja sisäisestä validiteetista. Ulkoinen validiteetti ymmärretään tulosten siirrettävyytenä muihin vastaaviin tilanteisiin eli yleistettävyytenä. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tulkinnan ja käsitteiden virheettömyyttä. Reliabiliteetti kvantitatiivisessa tutkimuksessa tarkoittaa tulosten pysyvyyttä eli toistettavuutta. Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteetti voidaan ymmärtää tulkinnan samanlaisuutena tulkitsijasta toiseen (Kananen 2008, 123).

Kyselyn kohderyhmäksi valikoituivat yli 13-vuotiaat kirjaston käyttäjät ja mahdolliset ei-käyttäjät. Ikäraja asetui kolmeentoista, sillä sen nuoremmat eivät voi ilman vanhempien lupaa Facebookia käyttää. Tiedonkeruumenetelmäksi valitsin lomakekyselyn johon saattoi vastata nimettömästi.

Kysely suoritettiin 8.6.2017 - 22.6.2017. Kirjastoissa (pää- ja lähikirjastoissa) jaettavan paperisen lomakkeen lisäksi kysely toteutettiin Webropol-lomakkeella (Webropol on kyselytutkimustyökalu verkossa), kirjaston ja kunnan verkkosivulla sekä Facebookissa kirjaston omalla sivulla. Lisäksi jaoin linkin kyselyyn Facebookissa Nurmijärven viidakkorumpu-sivustolle, jonka tarkoitus on olla kuntalaisten oma keskustelufoorumi. Tavoitteena oli saada 100 vastausta sillä sata vastausta antaisi melko hyvän kuvan kirjaston Facebook-sivujen reilu tuhannesta käyttäjästä. Tavoitteeseen pääsin melkein, mutta vastauksia tuli yhteensä vain 89 kpl, joka ei ihan riitä antamaan luotettavaa tulosta, vain suuntaa antavan tuloksen.

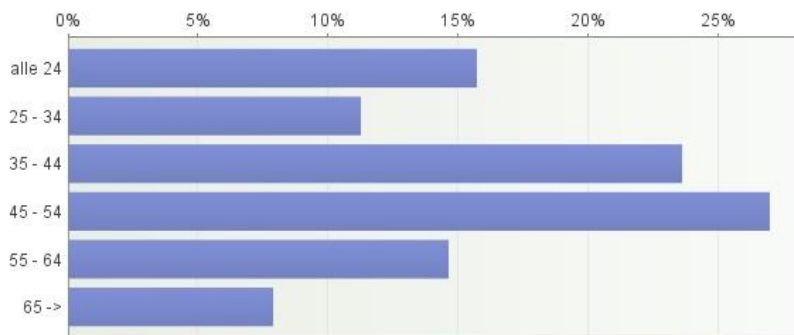
Kysymykset olivat lähinnä strukturoituja, ja verkkolomakkeella useimpiin kysymyksiin oli vastattava, jotta pääsi kyselyssä eteenpäin. Halusin kuitenkin antaa asiakkaille myös mahdollisuuden itse päästä vaikuttamaan ja kertomaan ehdotuksiaan, joten lomakkeella oli myös avoimia kysymyksiä, jotka verkkolomakkeellakin saattoi hypätä yli, mikäli niihin ei halunnut vastata. Kahdella ensimmäisellä kysymyksellä selvitin vastaajien taustatietoja eli sukupuolta ja ikää. Seuraavilla kysymyksillä kartoitin asiakkaan Facebook -käyttöä yleensä ja sitä, käyttääkö/tunteeko hän kirjaston Facebook-sivustoa. Asiakkaan kiinnostusta kirjaston erilaisiin Facebook-päivityksiin kysyin kahdella kysymyksellä. Ensimmäisessä annoin erilaisia vaihtoehtoja, joita saattoi valita kiinnostavuuden asteen mukaisesti. Valmiit vastausvaihtoehdot selkeyttävät mittauksia sekä helpottavat tietojen käsittelyä (Vehkalahti 2008, 25). Toinen kysymys kiinnostuksen kohteista oli avoin, jossa asiakas saattoi omin sanoin kertoa, mikä juuri häntä kiinnostaisi. Avovastauksissa saatetaan saada tärkeää tietoa, joka muuten voisi jäädä kokonaan havaitsematta (Vehkalahti 2008, 25).

Kyselylomaketta testasin ennen aineiston keräämisen aloittamista muutamalla pääkirjaston henkilökunnan jäsenellä sekä kirjasto- ja kulttuuritoimen johtajalla. Heidän palautteensa perusteella vielä muokkasinkin kysymyksiä ja vaihtoehtoja selkeämmiksi ja ymmärrettävimmiksi. Kysely kokonaisuudessaan löytyy liitteistä no 1.

## 6 KYSELYN TULOKSET

Kyselyyn vastasi kahden viikon aikana yhteensä 89 asiakasta. Verkkolomakkeen täytti 74 asiakasta ja paperisia lomakkeita palautui 15 kpl joista yksi oli vajavaisesti täytetty, sen vastaukset kuitenkin hyväksyttiin mukaan tulosten laskussa. Verkkolomakkeen kysymyksiin oli pakko vastata, jotta pääsi eteenpäin, lukuun ottamatta avoimia kysymyksiä. Kyselyn sulkeuduttua syötin myös paperilomakkeiden vastaukset Webropoliin, joka on verkossa käytettävä kyselytutkimustyökalu, jonka avulla tutkimuksen ja kyselyn tekeminen on yksinkertaista.

Kyselyyn vastaajista miehiä oli 20% (17kpl) ja naisia 80% (71kpl). Lähes puolet vastaajista oli 35-54 vuotiaita (45kpl). Yhdestä paperilomakkeesta ei selvinnyt vastaajan ikä.



Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma

Kysymykseen "Käytätkö Facebookia tai onko sinulla Facebook-tili?" vastasi 78 kpl myöntävästi ja vain kymmenellä ei ollut käytössään Facebookia. Yhdestä paperilomakkeesta puuttui vastaus. Facebookin käyttäjien määrä on otoksessa yllättävän suuri, lähes 89 prosenttia vastaajista käyttää Facebookia ja vain 11 prosenttia ei käytä. Vastaajista vain hieman yli puolet (53kpl) tiesi että Nurmijärven kirjastollakin on omat Facebook-sivut, 35 ei tiennyt. Yhdestä paperilomakkeesta ei löytynyt tähän vastausta.

Nurmijärven kirjasto on yrittänyt mainostaa itseään ajassa mukana olevana, sosiaalisessakin mediassa aktiivisesti toimivana modernina kirjastona. Kysely kertoo kirjastolle sen, että mainostamisessa löytyy parantamisen varaa.

Lomakkeiden vastauksista selvisi, että noin kolmannes vastaajista (31kpl) ei nähnyt, seurannut tai lukenut kirjaston Facebook-sivuja koskaan mutta yli puolet (57kpl) näki kirjaston päivityksiä joskus. Jälleen yhdestä paperilomakkeesta ei löytynyt vastausta.

Kun vertaa kahden edellisen kysymyksen vastauslukuja keskenään, niin kummastusta herättää se, että vain 53 vastaajaa tiesi kirjaston Facebook-sivuista, mutta 57 oli joskus nähnyt kirjaston päivityksiä Facebookissa. Jommassa kummassa kysymyksessä vastaukset eivät voi olla tosia. Voisi ajatella, että jos on joskus nähnyt kirjaston Facebook-päivityksiä, niin tietäsi myös, että kirjastolla on Facebook-sivut.

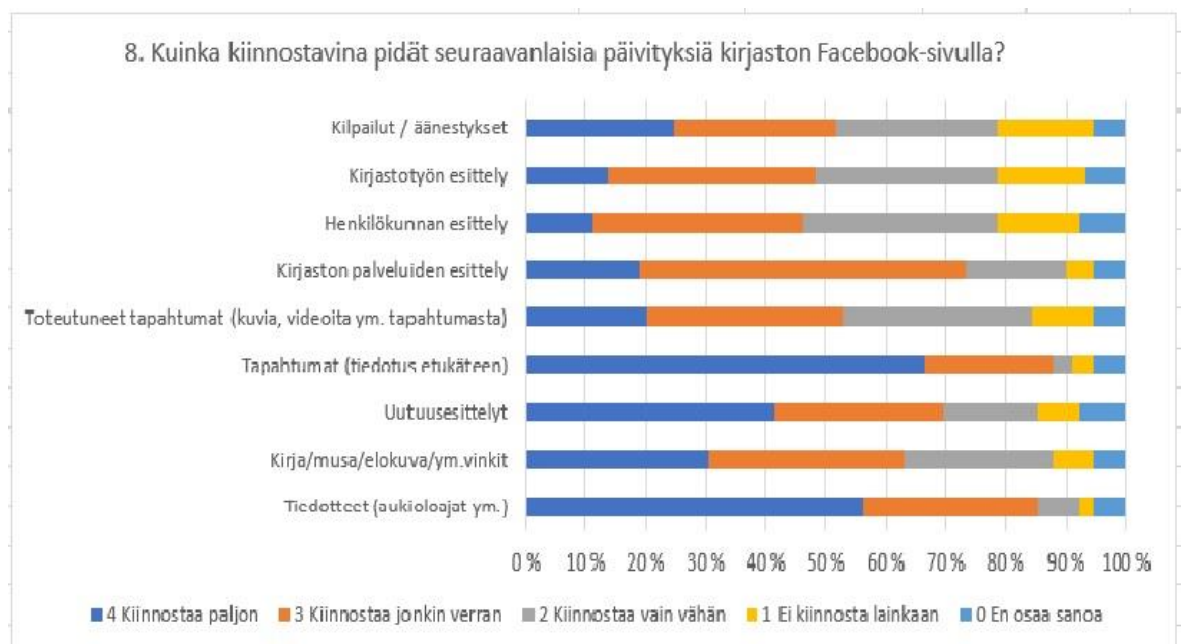
Vastaajista 41 ei koskaan käynyt kirjaston Facebook-sivulla, joka päivä kävi yksi vastaaja. Yli puolet, 48kpl, vastaajista kävi siis edes joskus kirjaston Facebook-sivuilla. Facebookissa voi omalla etusivullaan seurata eri sivustojen päivityksiä, vaikka itse ei sivuilla kävisikään.

Kun vertaa kirjaston Facebook-sivuilla edes joskus käyneiden määrää (48) siihen, että 53 Facebookia käyttävistä vastaajista tiesi kirjaston Facebook-sivusta, niin suhde vaikuttaa varsin hyvältä.

"Jos käytät Facebookia, mutta et seuraa lainkaan kirjaston Facebook-sivuja, kerrotko miksi?". Kysymykseen vastattiin 39 kertaa. Suurin osa vastaajista ei tiennyt kirjaston Facebook-sivujen olemassaolosta tai eivät ylipäättään käyttäneet Facebookia. Ajanpuutetta valiteltiin, verkossa on niin paljon muutakin seurattavaa. Joidenkin vastaajien mielestä Facebookissa on nykyiselläänkin liikaa tapahtumia ja kirjaston päivitykset saattavat hukkuu massaan. Toisaalta juuri kirjaston ajankohtaisetkaan asiat eivät juurikaan kiinnosta. Sivujen sisältö mainittiin myös tylsäksi, opastuksena kirjastolle annettiin, että "sometus" tänä päivänä vaatii aktiivisempaa ja monipuolisempaa sisällöntuotantoa eikä vain uutisia tapahtumista.

Näitä samoja asioita kirjastolaiset itsekkin ovat miettineet ja tämä kysely antoi vahvistusta ajatukselle, että sisältöä on saatava muutettua kiinnostavammaksi, jotta kirjasto ei hukkuisi massaan vaan saisi Facebookissakin aktiivisia ja innostuneita seuraajia. Kaikki vastaukset löytyvät liitteestä numero 2.

Vastausten perusteella päivitykset tulevista tapahtumista kiinnostivat eniten (89%), seuraavaksi eniten oltiin kiinnostuneita aukiolo- ym. tiedotteet (84%). Kirjaston palveluiden esittelystä oltiin joko paljon tai jonkin verran kiinnostuneita (72%). Henkilökuntaa esittelevät päivitykset saivat tasaisesti sekä kiinnostusta paljon/jonkin verran (45%) että vähän/ei lainkaan kiinnostusta" (45%). Myös kirjastotyön esittelyä koskevat päivitykset kiinnostivat paljon/jonkin verran (48%) mutta vain vähän/ei lainkaan (45%). Vastaajat olivat kiinnostuneita myös uutuusesittelyistä (69%) sekä erilaisista kirja/musa/elokuva ym. vinkeistä (63%).

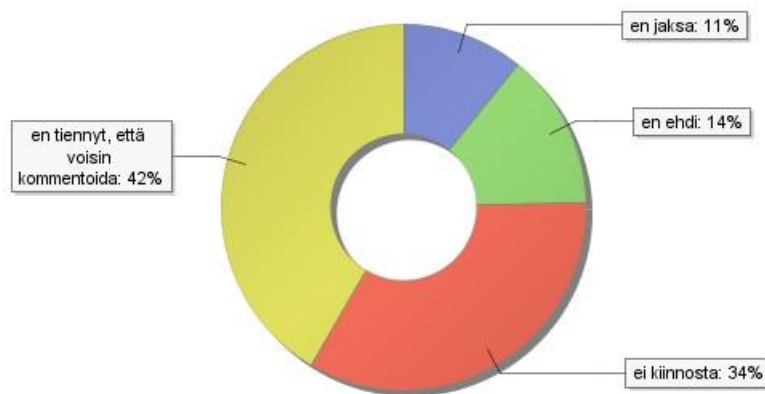


Kuvio 2. "Kuinka kiinnostavina pidät seuraavanlaisia päivityksiä kirjaston Facebook-sivulla?"

Tämä oli lomakkeen ehkä tärkein kysymys, ainakin se antoi vastauksia kirjasto-  
laisten pohdintaan siitä, minkälaiset Facebook-päivitykset asiakkaita kiinnosti-  
vat. Toisaalta vastausten perusteella kirjasto päivittääkin juuri niitä asioita, jotka  
ihmisiä kiinnostavat: tiedotteita ja tapahtumia. Kuitenkin avoimissa vastauk-  
sissa juuri tuollaisia päivityksiä moitittiin. Oli pieni pettymys huomata, etteivät  
kirjastotyön tai henkilökunnan esittelyt juurikaan kiinnostaneet vastaajia.

Yhteensä 74 vastaajaa ei koskaan kommentoinut kirjaston päivityksiä ja vain 15 vastasi kommentoivansa joskus. Paperivastauksissa toinen kyllä-vastauksen antaja oli käsin lisännyt oman kommentin: "Jos olisin Facessa". Tämä kysymys oli tietyllä tavalla turha, sillä kirjaston Facebook- sivuilla huomaa, ettei siellä kovinkaan paljoa kommentoida päivityksiä. Halusin kuitenkin pitää kysymyksen lomakkeessa mukana ajatellen, että jo pelkkä asiasta kysyminen saattaa aktivoida ihmisiä edes huomaamaan, että kommentointi on mahdollista.

Vastaaminen kysymykseen: "Jos vastasit että et kommentoi, niin kerrotko miksi?" oli jälleen vapaaehtoista. Kysymykseen oli vastannut 65 asiakasta. Annetuista vaihtoehtoista suosituin oli, että "en tiennyt, että voisin kommentoida", 27kpl. Toiseksi eniten, 22kpl, vastattiin että "ei kiinnosta". Yhdeksän "ei ehtinyt" ja seitsemän "ei jaksanut".



Kuvio 3. "Jos vastasit että et kommentoi, niin kerrotko miksi?"

Ehtimisille ja jaksamiselle ei kirjasto oikein voi mitään, mutta kommentoinnin kiinnostavuuteen ja tietämykseen siitä, että ylipäätään voi kommentoida, kirjastokin voi jotain tehdä. Facebookin päivitysten olisi ensinnäkin tavoitettava yhä useampia ihmisiä ja lisäksi päivitykset olisi saatava niin innostaviksi, että sivuilla kävijät haluavat kommentoida.

Yllättävän monessa vastauksessa tuli esiin juuri samat asiat, joita kirjasto on tähänkin asti Facebook-sivuilleen päivittänyt: tiedotteita aukioloista, tapahtumista, uutuus aineistosta. Kilpailuja toivottiin ja erityisesti sellaisia joista voi jotain voittaa.

Yhdessä vastauksessa toivottiin kirjallisuuteen ja kirjastomaailmaan liittyviä päivityksiä ja uutisia, laajemminkin kuin vain omaa kirjastoa koskevia. Tällaisia on satunnaisesti sivuille jo lisättykin. Vuorovaikutteisia ja aktiivisia päivityksiä toivottiin myös, ja juuri tähän kirjasto pyrkiikin.

**Kyselyn arviointi.** Kyselyyn vastaajista 80% oli naisia ja työikäisiä (24-65-vuotiaita) vastaajista oli 78%. Facebookia käytti 88% vastaajista ja jopa 60% tiesi myös kirjaston Facebook-sivuista vaikka 46 prosenttia vastaajista ei niillä koskaan käynytkään ja joka kolmannes (35%) ei koskaan ollut nähnyt kirjaston Facebook-päivityksiä. Avoimeen kysymykseen siitä, miksi Facebookin käyttäjä ei seurannut kirjaston Facebook –sivua, vastauksia tuli 39 vastaajalta. Vastauksista valtaosa (23 kpl) viittasi tietämättömyyteen kirjaston sivuista. Tässä asiassa kirjasto voisi ehkä yrittää keksiä lisää keinoja parantaa Facebookinsa näkyvyyttä. Tällä hetkellä kirjaston kotisivuilla on linkki Facebookiin ja ilmoitustauluilla on joka toimipisteessä Facebookin kuvake kertomassa asiasta. Myös eräpäiväkuitteihin on ajoittain lisätty maininta, että kirjasto on myös Facebookissa. Avoimissa vastauksissa oli myös kommentteja siitä, kuinka Facebookissa on runsaasti muutakin seurattavaa sekä kirjaston Facebook-sivujen ”tylsyydestä”, kiinnostavan sisällön puutteesta. Parannuksena kirjaston Facebook -sivuille esitettiin mm. kirjaston some-vastaavan ”vaihtamista sellaiseen, joka viitsii ja jaksaa kehitellä raikkaammin”. Sama kyselyyn vastaaja mainitsi, että ”sometus tänä päivänä vaatii aktiivisempaa ja monipuolisempaa sisällöntuottoa”. Vaikka tuo oli vain yksi kommentti muiden joukossa, on kirjaston siihen reagoitava.

Kirjaston erilaisten päivitysten kiinnostavuudesta kyselyssä annettiin mahdollisuus arvioida Facebook -päivityksiä nolosta neloseen kiinnostavuuden asteen mukaan. Kaikkein kiinnostavampina päivityksinä pidettiin tapahtumista etukäteen tiedottamista. Vastaajan sukupuoli ei vaikuttanut, vaan tapahtumista olivat kiinnostuneet yhtä lailla niin naiset kuin miehetkin. Sen sijaan toteutuneista tapahtumista päivittäminen kuvin tai videoin, kiinnosti selkeästi enemmän naisia kuin miehiä: naisista 56% piti näitä päivityksiä paljon tai jonkin verran kiinnostavina, miehistä 59% oli sitä mieltä, että tapahtumat eivät jälkikäteen kiinnostaneet lainkaan tai kiinnostivat vain

vähän. Kirjastotyön tai henkilökunnan esittelyt kiinnostivat vähemmän, kuin olin etukäteen ennakoanut, mutta kirjaston palveluista kertovat päivitykset sen sijaan kiinnostivat hieman enemmän. Kirjasto voisi tulevissa päivityksissään ehkä yhdistää nuo asiat: päivitettäessä kirjaston palveluista voisi samalla esitellä työn tekeminen sekä työn tekijä.

Naisista 85% ja miehistä 82% ei koskaan kommentoinut kirjaston Facebook-päivityksiä. Kommentoinnin vähäinen määrä onkin ollut kirjaston huolena jo jonkin aikaa ja samalla se oli sysäys tämän tutkimuksen tekemiselle. Seuraavaan vapaaehtoiseen kysymykseen siitä, miksi vastaaja ei kommentoinut kirjaston päivityksiä, vastauksia tuli 65 kappaletta. Vastaajista 41% ei tiennyt, että voisi kommentoida. Kommentointi ei kiinnostanut 34:ä prosenttia, ehtimiseen vetosi 14% ja jaksamiseen 10% vastaajista. Vaihtoehdot oli kysymyksessä annettu valmiiksi.

Kysymys "Minkälaiset päivitykset saisivat sinut käymään (useammin) kirjaston Facebook -sivulla/reagoimaan (useammin) kirjaston Facebook -sivuihin, tai mitä haluaisit kirjaston päivittävän Facebook -sivuilleen?" sai peräti 40 vastausta. Isoimpana ryhmänä päivitystoiveista nousi tapahtumatiedotus. Marraskuun 2016 ja tammikuun lopun 2017 välisenä aikana ylivoimaisesti eniten kirjasto päivittikin juuri tapahtumatiedotuksia, yhteensä 49 kertaa, kaikkiaan päivityksiä tuona aikana oli 92 kappaletta. Lisäksi toivottiin ajankohtaisia asioita kuten aukioloista kertominen tai uutuuksien esittelyä sekä kirja- ja lukuvinkkejä yleisemminkin. Talven kolmen kuukauden aikana tiedottamispäivityksiä oli kirjaston Facebook -sivulla kaksi kertaa ja uutuuksia tai muita kirjaesittelyjä 3 kertaa. Kyselyn tuloksena kirjasto voisi reilusti lisätä päivityksiä nimenomaan ajankohtaisten asioiden tiedottamisessa sekä erityisesti kirja- tai elokuvaesittelyiden suhteen. Arvontoja ja kilpailuja ehdotettiin tykkäys- ja jakoaktiivisuuden lisääjiksi. Joitain arvontoja ja kilpailuja Nurmijärven kirjasto on sivuillaan järjestänytkin, esimerkiksi kahtena jouluna jo kauneimman piparkakkutalon äänestys josta palkintoina on ollut makeisrasioita. Vaikka avoimia vastauksia tuli yllättävän runsaasti, niin pohjimmiltaan niiden vastaukset eivät poikenneet antamistani vaihtoehdoista kahdeksannessa kysymyksessä (Kuinka kiinnostavina pidät seuraavanlaisia päivityksiä kirjaston Facebook –sivulla?). Tähän kysymykseen olisi ollut mielenkiintoista saada joitain aivan uusia ideoita Facebookin käyttäjiltä tai ei-käyttäjiltäkin.



## 7 Pohdintaa

Opinnäytetyötä aloittaessani pohdin, kuinka laajasti kirjaston Facebook-sivusto tavoittaa yleisöä ja olisiko Facebookin kautta mahdollista mm. lisätä kirjaston asiakaskuntaa. Sosiaalinen media yleensäkin koetaan hyväksi keinoksi päästä lähelle asiakasta. Tavoitteena oli myös selvittää, millaiset kirjaston Facebook-päivitykset lisäävät sivustolla käyntiä tai päivitysten seuraamista. Kirjaston Facebook -sivujen aktiivista seuraamista ja siellä kommentointia voi pitää myös keinona asiakkaiden osallistamisessa kirjaston toimintaan yleisemminkin.

Asiakaspalvelun kannalta Facebook antaa kirjastollekin monia mahdollisuuksia palvella asiakkaita muillakin tavoin, kuin pelkällä tiedottamisella. Nurmijärven kunnan kirjasto on alusta alkaen käyttänyt Facebookia keinona vastata asiakkaiden kysymyksiin. Kirjastot ovat kiinni yli puolet vuorokaudesta, joten viiden tunnin vastausaika voi pitää hyvänä. Kirjaston sivulla on useampi ylläpitäjä, joten aina on joku töissä vastaamassa asiakkaille, Facebookin käytön helppoudesta huolimatta sen ylläpito vaatii kirjastolta resursseja. Keskustelua asiakkaiden kanssa käydään sekä julkisesti että yksityisviesteillä. Julkiset kysymykset/vastaukset näkyvät kaikille Facebookin käyttäjille, joten ne hyödyttävät useampia ihmisiä samalla kertaa.

Asiakastyytyväisyyskyselyissä kirjastot saavat yleisesti ottaen hyviä arvosanoja. Opinnäytetyöni kysymyksissä en suoraan kysynyt, kuinka tyytyväisiä vastaajat olivat kirjaston Facebook-sivuihin, vaan keskityin lähinnä sivujen parannusmahdollisuuteen. Jälkikäteen ajatellen olisin samalla kuitenkin voinut lisätä kysymyksen mahdollisten Facebook-käyttäjien tyytyväisyyteen nykyisestä Nurmijärven kunnan kirjaston Facebook -sivuston päivitystavasta.

Omassa kyselyssäni ymmärsin luotettavuusongelman olevan pieneksi jääneeksi vastausten määrässä, 89 vastausta ei riitä olemaan luotettava tulos vaan on vain suuntaa antava. Toinen ongelmakohta oli siinä, että sama ihminen saattoi vastata kyselyyni useammankin kerran: verkossa ja paperilomakkeella. Asiasta ei ole mahdollista saada varmuutta, joten pieni epävarmuus tuloksien paikkansapitävyydestä on olemassa. Toisaalta tutkimukseni on luonteeltaan sellainen, ettei sen paikkansa pitävyys paljoakaan kärsi, vaikka joku olisi kahteen kertaan kyselyyn vastannutkin. Vastaajan itse täyttäessä paperilomakkeen, ongelmaksi tulee se,

ettei hän välttämättä vastaa jokaiseen kysymykseen. Omassa tutkimuksessani vain yksi paperilomake oli puutteellisesti täytetty, joten päätin syöttää kaikkien paperilomakkeiden vastaukset Webropoliin tulosten helpomman analysoinnin vuoksi. Paperilomakkeiden tutkiminen ja laskeminen esimerkiksi Excel-taulukossa on työlästä.

Opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoista, joskin ajoittain haastavaa. Kyselylomaketta tein, testasin ja korjailin useampaan otteeseen ennen kuin julkaisin sen. Kysymyksiä olisi voinut olla enemmänkin ja erityisesti avoimia kysymyksiä, mutta mielestäni vastaajilla oli näidenkin kysymysten puitteessa mahdollisuus vaikuttaa siihen, millaisia päivityksiä haluaisivat kirjaston Facebook -sivulla nähdä ja lukea. Uskon, että kyselystäni on hyötyä Nurmijärven kirjaston Facebookin päivittäjille ja toivon mukaan saavat siitä vinkkejä tuleviin päivityksiin. Toiveena on myös, että kyselyn avulla yhä useampi ihminen löytää tiensä kirjaston sivulle.

## LÄHTEET

- Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8. p. Tampere: Osuuskunta Vastapaino
- Facebook. Yrityksen tiedot. [Viitattu 16.4.2017]. [https://www.facebook.com/pg/facebook/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/facebook/about/?ref=page_internal)
- Grönfors, M. 1985. Kvalitatiiviset kenttämenetelmät. 2p. Juva: Wsoy
- Haasio, A. 2012. Sosiaalinen media kirjaston palvelu- ja markkinointiviestinnässä. Teoksessa: J. Saarti & P. Tuomi (toim.) Kirjastojärjestelmät vai kirjastot ilman järjestelmää: Kirjastojen tietojärjestelmien suunnittelu, hankinta ja käyttöönotto. Helsinki: Avain, 182-201.
- Haasio, A. 2013. Sosiaalinen media ja kirjastot. Helsinki: Avain
- Haasio, A. 2016. Koukussa nettiin. Lapset, nuoret ja verkon vaarat. Helsinki: Avain
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. [Verkkokirja]. Helsinki: Edita Publishing Oy. [Viitattu 23.3.2017]. Saatavana Ellibs-e-kirjakokoelmasta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Hotulainen, R. 2016. Aineistonkeruu kyselylomakkeella. [Verkkosivusto]. Helsingin yliopisto. Opettajankoulutuslaitos. [Viitattu 5.3.2017]. Saatavana: <http://www.mv.helsinki.fi/home/hotulain/Tilasto/Kyselomakeohjeet.htm>
- Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja, 93.
- Kananen, J. 2014a. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja, 176.
- Kananen, J. 2014b. Netnografia. Verkkoyhteisöjen tutkiminen opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja, 182.
- Kananen, J. 2014c. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja, 187.
- Kormilainen, V., Ahonen, J. & Ijäs, J. 2016. Somempi seurakunta. Sosiaalisen median opas. Helsinki: Lasten keskus ja Kirjapaja Oy

- Kuula, A. 2006. Toimintatutkimus. Luku 5.4. kokonaisuudesta Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto [Viitattu 8.3.2017]. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>
- Kurkela, R. Tilastollinen tiedonkeruu -verkko oppimateriaali [Verkkosivusto]. Tilastokeskus ja Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia. [Viitattu 9.3.2017]. Saatavana: <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>
- Metsämuuronen, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen perusteet.2 uud. p. Helsinki: International Methelp KY. Metodologia -sarja 4.
- Nurmijärven kunta. 2014. Nurmijärven kunnan sosiaalisen median ohje
- Nurmijärvi. Kirjasto- ja kulttuuripalvelut. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.11.2017]. Saatavana: [http://www.nurmijarvi.fi/vapaa-aika\\_ja\\_kulttuuri/kirjasto- ja\\_tietopalvelut/aukioloajat\\_ja\\_yhteystiedot](http://www.nurmijarvi.fi/vapaa-aika_ja_kulttuuri/kirjasto- ja_tietopalvelut/aukioloajat_ja_yhteystiedot)
- Nurmijärvi. Tietoa kunnasta. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.11.2017]. Saatavana: [http://www.nurmijarvi.fi/kuntatieto\\_ja\\_paatoksenteko/tietoa\\_kunnasta](http://www.nurmijarvi.fi/kuntatieto_ja_paatoksenteko/tietoa_kunnasta)
- Pahkinen, E. 2012. Kyselytutkimusten otantamenetelmät ja aineistoanalyysi. Jyväskylä: JULPU, Jyväskylä University Library Publishing Unit.
- Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E., & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa: Digitaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Infor
- Pyörälä, E. 1995. Kvalitatiivisen tutkimuksen metodologiaa. Teoksessa: J. Leskinen (toim.) Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla. Helsinki. Kuluttajatutkimuskeskus, 11-25.
- Pönkä, H. 2017. Open somekirja. Sosiaalisen median oppimisympäristöt ja menetelmät. Jyväskylä: Docendo Oy
- Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto [Viitattu 8.3.2017]. Saatavana: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>
- Seppälä, P. 2011. Kiinnostu ja kiinnosta. Näin markkinoit järjestöäsi sosiaalisessa mediassa.2.p. Lahti: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.
- SFS-ISO 16439:2016 Tieto ja dokumentointi. Kirjastojen vaikuttavuuden arvioinnin menetelmät ja toimenpiteet
- Suomen yleisten kirjastojen tilastot [Verkkosivu]. [Viitattu 17.1.2018]. Saatavana: <http://tilastot.kirjastot.fi>

TEPA – Sanastokeskus TSK:n termipankki. [Verkkosivu]. [Viitattu 26.11.2017].  
Saatavana: [www.tsk.fi/tepa](http://www.tsk.fi/tepa)

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002.Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki:  
Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Valli, R. 2001.Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Vammala. Kimmo  
Vehkalahti ja Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Ylemmän AMK- tutkinnon metodifoorumi. 6.11.2007 [Verkkosivusto]. Virtuaali Am-  
mattikorkeakoulu. [Viitattu 6.3.2017]. Saatavana:  
[http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-  
sot/0709019/1193463890749.html](http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749.html)

Zephoria, Digital Marketing. [Verkkosivusto]. [Viitattu 15.4.2017]. Saatavana:  
<https://zephoria.com/>

## LIITTEET

Liite 1. Kyselykaavake

Liite 2. Vastaukset kysymykseen 7: ”Jos käytät Facebookia, mutta et seuraa lainkaan kirjaston Facebook-sivuja, kerrotko miksi?”

Liite 3. Vastaukset kysymykseen 11: ”Minkälaiset päivitykset saisivat sinut käymään (useammin) kirjaston Facebook-sivulla/reagoimaan (useammin) kirjaston Facebook-sivuihin, tai mitä haluaisit kirjaston päivittävän Facebook-sivuilleen?”

## *Nurmijärven kirjaston Facebook-sivut*

Hei,

opinnäytetyöhöni liittyen teen kyselyä Nurmijärven kirjaston Facebook-sivusta.  
Vastaisitko muutamaan kysymykseen valitsemalla sopivimman vaihtoehdon.

Mikäli et käytä Facebookia niin voit silti vastata (jos vaikka innostuisit käyttämään). 😊

### *1. Sukupuoli \**

☐ Mies ☐ Nainen

### *2. Ikäsi \**

☐ alle 24 ☐ 25 – 34 ☐ 35 – 44 ☐ 45 – 54 ☐ 55 – 64 ☐ 65 –>

### *3. Käytätkö Facebookia tai onko sinulla Facebook-tili? \**

☐ Kyllä käytän / kyllä on ☐ En käytä / ei ole

### *4. Tiesitkö, että Nurmijärven kirjastoilla on Facebook-sivut? \**

☐ Kyllä tiesin ☐ En tiennyt

### *5. Kuinka usein seuraat/luet/näet kirjaston päivityksiä? \**

☐ joka päivä

- ☐ muutaman kerran viikossa
- ☐ muutaman kerran kuukaudessa,
- ☐ harvemmin
- ☐ en koskaan

**6. Kuinka usein käyt kirjaston Facebook-sivuilla? \***

- ☐ joka päivä
- ☐ muutaman kerran viikossa
- ☐ muutaman kerran kuukaudessa
- ☐ harvemmin
- ☐ en ole koskaan käynyt kirjaston Facebook-sivulla

**7. Jos käytät Facebookia, mutta et seuraa lainkaan kirjaston Facebook-sivuja, kerrotko miksi?**

500 merkkiä jäljellä

**8. Kuinka kiinnostavina pidät seuraavanlaisia päivityksiä kirjaston Facebook-sivulla? \***



	4 Kiinnostaa paljon	3 Kiinnostaa jonkin verran	2 Kiinnostaa vain vähän	1 Ei kiinnosta lainkaan	0 En osaa sanoa
Tiedotteet (aukioloajat ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirja/musa/elokuva/ym.vinkit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutuusesittelyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumat (tiedotus etukäteen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toteutuneet tapahtumat (kuvia, videoita ym. tapahtumasta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjaston palveluiden esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjastotyön esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kilpailut / äänestykset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

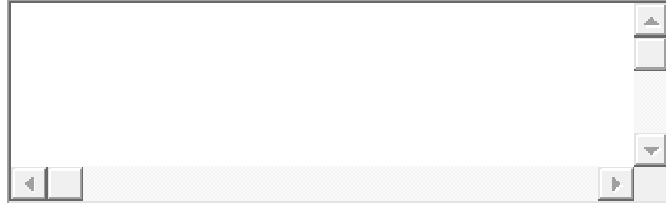
### 9. Kommentoitko koskaan kirjaston päivityksiä? \*

☐ kyllä ☐ en

### 10. Jos vastasit että et kommentoi, niin kerrotko miksi?

- ☐ en jaksa
- ☐ en ehdi
- ☐ ei kiinnosta
- ☐ en tiennyt, että voisin kommentoida

**11. Minkälaiset päivitykset saisivat sinut käymään (useammin) kirjaston Facebook sivulla /reagoimaan (useammin) kirjaston Facebook-sivuihin, tai mitä haluaisit kirjaston päivittävän Facebook-sivuilleen?**



500 merkkiä jäljellä

**Kiitos, kun jaksot vastata!** 😊

Liite 2. Vastaukset kysymykseen 7: "Jos käytät Facebookia, mutta et seuraa lainkaan kirjaston Facebook-sivuja, kerrotko miksi?"

- En tiennyt sivuista.
- On aika paljon muutakin seurattavaa. En myöskään tiennyt että kirjoilla on sivut. Ei yksinkertaisesti ole aikaa ruveta tutkimaan kaiken maailman sivuja...
- En ole tiennyt niistä
- En tiennyt niiden olemassaolosta
- En ollut tietoinen sivuista
- En tiennyt, että on".
- Facebookissa on liikaa tapahtumia nykyisellään. Poistettavaa??
- En tiennyt niiden olemassaolosta.
- Käyn kirjastossa monta kertaa viikossa. En tarvitse tietoa Facebookista.
- En ole tiennyt, että kirjastolla on sivut.
- Ei ole ollut tietoa, että kirjastolla on Facebook sivut.
- Käyn Facebookissa todella harvoin ja silloin katson ainoastaan ystäväni päivityksiä.
- On niin paljon seurattavaa, syötteessä saattaa joskus tulla vastaan jotakin mielenkiintoista, mutta erikseen ei tule käytyä/ei ehdi perehtyä.
- Kysymys pitäisi olla paremmin määriteltynä! Kirjaston sivujen seuraamista voi tehdä eritavalla. Tykkäämällä sivuja, jolloin päivitykset tulevat automaattisesti omalle seinälle. Jos taas et ole tykännyt sivusta, niin sivuja voi käydä erikseen lukemassa. Itse olen tykännyt ja seuran siteen omalle seinälleni nousevia postauksia. Jos olen kuullut jostakin asiasta/tapahtumasta saatan katsoa sivuja myös erikseen. Pääsääntöisesti vain automaattisesti nousevia postauksia =)
- En tiennyt niistä
- Kirjaston ajankohtaiset asiat eivät juurikaan kiinnosta.

- En ole tiennyt niitä. Tieto ei näy esim. palautusmuistutuksissa, Nurmijärven sivuilla, tai ratamosovelluksessa. En ainakaan ole huomannut. Kirjastossa käydessänikään en ole huomannut mainontaa sivuista.
- Liikaa seurattavia sivuja, aiemmin kirjaston ilmoitukset pompsahti minulla syötteeseen ja ne ovatkin olleet kivoja ja hyödyllisiä, mutta nyt ne ovat tainneet hukkaa massaan viimeaikoina.
- En.
- Minulla on oma Fb-tili mutta en käytä sitäkään. En tiennyt, että kirjastolla on Fb-sivut. Nyt kun tiedän, voin niillä vieraillakin.
- En tiennyt
- Kiinnostavan sisällön puute. Vain klaukkalan kirjastoa viitsii seurata koska se on tässä lähellä. En kuitenkaan lähtisi kirjastoon kirkonkylälle.
- Ei ole tullut mieleen, että kirjastolla on omat FB-sivut, eikä myöskään mitään tarvetta mihin olisin niitä tarvinnut.
- Olen facebookissa vain ja ainoastaan yhden lapsen tietyn harrastuksen takia. En ole aktiivinen käyttäjä muuten.
- En tiennyt kirjaston fb-sivusta
- Ei ole tullut mieleen...
- En tiennyt niiden olemassa olost. Nurmijärven kunta hoitaa huonosti tiedotusta ja viestintää ja tämä on yksi esimerkki lisää. Myös kunnan omat fb-sivut ovat varsin hiljaiset. Voisiko kunta esim. jakaa kunnan fb-sivuilla kirjaston julkaisut. Saataisiin vähän eloa sivuille ja tieto leviäisi. Kunnan some-aktiivisuudessa on paljon kehitettävää. Tästäkin kyselystä sain tiedon Klaukkala fb-ryhmästä.
- En käytä fb tä, kun tiedotusvälineenä, esim Klaukkalan-, Viidakkorummun- ja Nj Ladun sivuja.
- Hieman tylsä sisältö . Päivitykset eivät ole kovinkaan kiinnostavia. Sometus tänä päivänä vaatii aktiivisempaa ja monipuolisempaa sisällöntuottoa. Ei vain uutista, kun jotain on tapahtumassa, vaan juttuja itse tapahtumien kulusta, videoklippejä ja "hetkessä elämistä".

Vaihtakaa ihmeessä some-vastaavanne sellaiseen, joka viitsii ja jak-saa kehitellä päivityksiä raikkaammin..

- Ei sinne aktiivisesti tule mentyä ja jostain syystä päivitykset ei itse mulla näy juurikaan.
- En tiennyt niistä
- En tiennyt sivuista
- En ole tiennyt kirjaston Facebook sivuista
- Koska olen 11 ja äiti kieltää
- Tällä hetkellä en käytä Facebookia, mutta jos käyttäisin, niin aivan varmasti tulisi käytettyä!
- Ei ollut tiedossa ja en tiedä, mitä sieltä etsisin sekä olisiko siitä mulle hyötyä/?? tietoa kirjastossa
- En tiennyt, että kirjastolla on dacebook sivut, enkä ole kiinnostunut kirjaston tapahtumista
- En kääytä facebookkii niin siksi
- En tiennyt että kirjastolla on oma "naamakirja"

Liite 3. Vastaukset kysymykseen 11: "Minkälaiset päivitykset saisivat sinut käymään (useammin) kirjaston Facebook-sivulla/reagoimaan (useammin) kirjaston Facebook-sivuihin, tai mitä haluaisit kirjaston päivittävän Facebook-sivuilleen?"

- Tapahtumat, vaikka jo ennakkotiedotkin tyyliin marraskuussa näyttelijävieras xx. Päivä ja kellonaika voivat olla auki. Samoin kaikki kunnan kulttuuritilaisuudet voisi nostaa facessa, koska kunnan tapahtumakalenteri on mahdollon.
- kirja ym vinkit
- Uutuudet, kilpailut
- Tapahtumiin liittyvät, kirjastotyön esittely (mitä tapahtuu "taustalla", uusien palvelujen esittely jne, kirjaston "arki"
- Kirja suositukset ja vierailijat ehdotukset. Se k60 iltapäivä on mahtava kun nuoremmatkin huolitaan mukaan.
- En osaa sanoa
- Lapsille ja vauvoille suunnattuja tapahtumia ja ohjelmaa
- Erityisesti aukioloajat kiinnostaisivat esim juhlapyhien aikaan. Myös esim uutuuskirjojen esittelyt voisi kiinnostaa.
- En osaa sanoa.
- Tuskin minkäänlaiset. Facebookissa on nykyään valtava määrä tietoa, ja kirjaston sivut ovat vain pisara meressä. Henkilökohtaisesta seuraan mieluummin sisällöltään hyvin erilaisia sivuja, kuten uutisia ja viihdesivustoja. Kirjaston FB-sivuista on lähinnä hyötyä tiedonvälittäjänä, silloin kun päivitykset sattuvat silmiin osunaan.
- Tieto tapahtumista
- Tietoa uusista kirjoista
- Kirjavinkit
- Kuvia autosta
- -
- Mielenkiintoiset tapahtumat, vaikka muuallakin kuin kirjastossa. Jotakin, joka tukisi kulttuurin ja sivistyksen yhteisön rakentumista Klaukkalaan / Nurmijärvelle :)

- Tapahtumista tarpeeksi ajoissa tietoa! Tapahtumista on hyvä muistuttaa vielä lähempänä tapahtumapäivää.
- Jotain nuoria kiinnostavaa.
- Kirjavinkit esim. ajankohtaisiin asioihin liittyen, uutuuksien esittelyt.
- Minusta siellä on ollut ihan hyviä päivityksiä ja todella kivoja ideoita. Täytyisi taas varta vasten käydä sillä sivulla, niin tulisi uusimmat julkaisut takaisin uutisvirtaan :) Ei yksi ihminen kaikkeen ehdi, vaikka olisi kuinka kivaa :-D
- Aukioloajoista tiedottaminen ajoissa (vähintään muutama päivä ennen)
- Ehkä tapahtumatiedot olisivat sellaista tietoa mitä etsisin facebook-sivuilta.
- Jos facebook on se kanava, millä kirjato haluaa itseään markkinoida, miten lapset on huomioitu. Ottaen huomioon, että facebookin ikäraja jo yksistään on 13-v. Entäs tätä pienemmät kirjaston asiakkaat? Tai ne nuoret, jotka eivät halua facebookkia käyttää? Ovat muussa somessa, mutta eivät tässä vanhassa?
- Uutuuskirjojen esittelyt
- Kaikki yllä mainitut. Menen heti etsimään kirjaston sivut ja alan seuramaan. Kunnan fb-sivujen ylläpitoa pitää aktivoida, jotta tällaiset fb-sivut nousee esille.
- Toistaiseksi pärjään NUn ja kirjaston omien ilmoitusten kanssa. Olen kirjaston ahkera käyttäjä ja saan sieltä aina hyviä vinkkejä ja palvelua.
- Viittaus ed kohtaan 7.
- Mielenkiintoiset, ajankohtaiset päivitykset, ehkä juuri henkilöstön, tapahtumien ja kirjojen trendien esittelyä. Aktiivisempaa päivittelyä, eli näkyvyys lisääntyy, kun päivityksiä julkaistaan useammin. Arvonnat ja kilpailut lisäävät yleensä aina tykkäys- ja jakoaktiivisuutta.
- Ajankohtaiset kirjallisuuteen ja kirjastomaailmaan liittyvät päivitykset ja uutiset, myös muut kuin omaa kirjastoa koskevat.
- Päivityksen pitäisi olla aktiivista. Jos kirjasto toivoo vuorovaikutusta, sen pitäisi itse olla aloitteellinen ja tehdä avauksia. Toisaalta kirjaston fb voi hyvin olla luonteeltaan enemmän informatiivinen esim. tapahtumat ja aukioloajat. Mutta jos kävijöitä halutaan niin tuollaiset esittelyt ym joita mainittiin kyselyssäkin olisi ok ja varmaan parantaisi päivitysten näkyvyyttä feedissä, mikä edistäisi käyntiä myös sivulla.

- Tapahtumat
- uutuuksien esittelyt
- Kirjauutuudet
- Aukioloajat
- En tiä <3
- Mielestäni etupuolella olevat kysymykset antavat ylläoleviin kysymyksiin vastauksen!
- kts. kohta 7
- Jos olisi kilpailuja, mistä voisi voittaa jotain
- En tiä
- emt
- Täytyypä käydä kurkkaamassa mitä sieltä löytyy :)